

Привлекло внимание экскурсантов и здание Екатеринбургского государственного цирка. Цирк расположен в живописном месте Екатеринбурга – на берегу реки Исеть на пересечении улиц Куйбышева – 8 Марта. По своей конструкции здание считается одним из лучших в Европе, оно приспособлено для самых сложных постановок, а его интерьер отделан уральским камнем. Более 20 млн. зрителей посетили цирк за время его существования. Цирк носит имя нашего земляка народного артиста СССР, талантливого дрессировщика Валентина Филатова.

Хотелось бы отметить, что при разработке и проведении совместной экскурсии для русских и иностранных студентов возникли трудности, так как это группы с разным уровнем владения языком, принадлежащие к разным культурам. В ходе самой экскурсии текстовый материал, разумеется, был откорректирован. Особое внимание обращалось на дикцию, темп речи, объяснение отдельных терминов.

Предложенная экскурсионная программа может использоваться экскурсионными бюро при работе с иностранными студентами. Подобная экскурсия, несомненно, повысит уровень заинтересованности историей Екатеринбурга среди студенческой молодежи.

УДК 330.101:330.567.22

Студ. Е.А. Иванова
Рук. О.Г. Черезова
УГЛТУ, Екатеринбург

ОСНОВЫ ТЕОРИИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ВЫБОРА

Теория потребительского выбора представляет собой раздел микроэкономики, в котором изучается вопрос о том, какой товар или набор товаров выбирает потребитель при заданных ограничениях. Ограниченность личного бюджета и стремление более рационально его распределить при различных и подвижных ценах вынуждают покупателя делать выбор: одни товары покупать, а от других отказываться. Из многочисленных альтернатив потребитель выбирает такие варианты и сочетания товаров, которые соответствуют его представлениям о полезности покупок, соизмеренных с возможностями личного бюджета.

Размеры, структура и динамика спроса потребителя в условиях ограниченного бюджета в микроэкономике исследуется теорией потребительского поведения, основанной на маржинализме [1].

Особый интерес представляет австрийская школа.

Австрийская школа - это субъективно-психологическое направление в политэкономии, разработавшее в борьбе с теорией трудовой стоимости потребительскую версию ценообразования в форме теории предельной полезности.

Австрийская школа пыталась преодолеть односторонность теории трудовой стоимости. Поворот от господствовавшей в классической и марксистской школах до 80-х гг. XIX в. «производственной версии» ценообразования был столь значительным, что он получил в экономической литературе наименование маржиналистской революции.

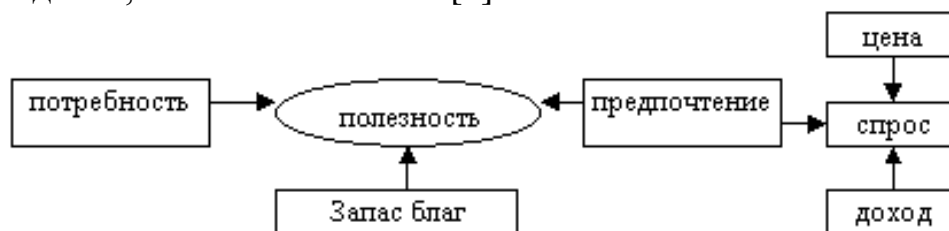
Авторы данной концепции для исследования экономических процессов стали использовать особый инструментарий - изучение так называемых предельных величин: предельной полезности, предельной производительности, предельного продукта и т.д.

Главным недостатком теории Австрийской школы оказалось то, что при определении стоимости она абстрагировалась от производства – решающего условия образования стоимости – и от труда – единственного её источника.

Как видим, теория австрийцев продолжает жить и наше время, причем находит применение не только в своем классическом виде, но и, что очень важно, в синтезе с другими теориями. Это дает возможность получить качественно новые методы анализа, изучения и прогнозирования экономических процессов и явлений, которые на современном этапе позволят наиболее полно выполнять свои функции [2].

Главным фактором, определяющим потребительский выбор является полезность того или иного товара.

Полезность - степень удовольствия (удовлетворения) от потребления товара. Полезность товара - понятие сугубо индивидуальное, которое зависит от многих факторов. Основные факторы, влияющие на потребительское поведение, показаны на схеме [3].



Важно отметить, что при любом поведении потребителя его главным принципом деятельности является максимизация общей полезности в условиях ограниченных ресурсов.

Правило максимизации полезности заключается в таком распределении денежного дохода потребителя, при котором последний рубль, затраченный на приобретение каждого вида продуктов, приносил бы одинако-

вую добавочную (предельную) полезность. Вывести потребителя из состояния равновесия смогут теперь только изменения потребительских предпочтений, цены на продукты и размеры доходов.

Существуют две версии теории потребительского поведения: кардиналистическая и ординалистическая. Последователи первой были заняты поиском измерителя абсолютных величин предельной полезности. Ординалисты вместо абсолютных измерений предельной полезности перешли к относительному анализу, т.е. определению предпочтения одних комбинаций товаров покупателями (потребителями) другим комбинациям, или наоборот [3].

С развитием человеческого общества появляется все больше различных отраслей деятельности, и потребностей. Теория потребительского выбора разъясняет, как индивид может удовлетворять свои потребности с максимальной выгодой для себя и своего кошелька.

Библиографический список

1. URL:http://revolution.allbest.ru/economy/00216953_0.html.
2. URL:http://www.economicportal.ru/ponyatiya-all/austrian_school.html.
3. Чепурина М.Н. Курс экономической теории. Киров, 2007. С. 126.

УДК 728.5

Студ. О.В. Катаева
Рук. О.Н. Новикова
УГЛТУ, Екатеринбург

ИЗ ОПЫТА ГОСТИНИЧНОГО ДЕЛА

В современном мире гостиница – это не только место, где можно переночевать и позавтракать, здесь, как правило, можно получить целый комплекс услуг: размещение, питание, услуги прачечной, автопарковка, оздоровительные процедуры, услуги салона красоты, Интернет, а также проведение различных конференций, встреч и даже банкетов. Но так получается, что гостиницы посещают в основном люди приезжие из других городов и областей. Не каждый человек пойдёт в местную гостиницу лишь для того, чтобы переночевать или воспользоваться услугами прачечной. Всё чаще люди стараются выбраться из привычного места жительства куда-нибудь подальше, чтобы расслабиться, отвлечься от городской суеты, набраться сил и, наконец, просто отдохнуть и сменить обстановку хотя бы на пару дней.